

Reklamacje reklamy

10.02.2014.

Ważne są losy wielu polskich kampanii promocyjnych na poza unijnych rynkach. Wszystko przez propozycję Brukseli, która chce, żeby od 2016 roku zmniejszyć krajowe dofinansowanie do promocji. Co w praktyce oznacza, że nowo rozpoczęte kampanie branżowe musiałyby w pełni być finansowane same.

Chodzi o kampanie, które wspierają eksport unijnej żywności na tak zwanych rynkach trzecich. Polscy przedsiębiorcy do tej pory aktywnie korzystali z unijnego dofinansowania, które sięgało połowy planowanego budżetu. Drugą częścią w 30 procentach dokładał budżet krajowy, a w pozostałych 20 fundusze promocji. Tymczasem Bruksela chce, żeby to przedsiębiorcy wzięli na siebie połowę kosztów. Polski rząd na wniosek przedsiębiorców twierdzi, że na propozycję się nie zgodzi.

Chcesz wiedzieć więcej, obejrzyj Agrobiznes